#LupaElectoral: La popularidad instantánea del Esequibo

El impulso de la agenda venezolana sobre el Esequibo se ha acelerado a gran velocidad a partir de septiembre de este año, tras los reclamos de la administración Maduro a Guyana por la entrega de concesiones para la exploración y explotación petrolera en aguas marinas y submarinas que –según Caracas– forman parte de la fachada atlántica en disputa. Pongámosle la #LupaElectoral a la propaganda en redes.

El 21 de ese mes, la Asamblea Nacional electa en 2020 aprobó por unanimidad realizar un referendo consultivo, una propuesta llevada a discusión por su presidente Jorge Rodríguez. «Cuando uno dice que el Esequibo es venezolano, tiene que decirlo porque le duele, como le duele un hijo, una hija».

Mientras que el gobernante Nicolás Maduro participó –entre el 31 de octubre y el 3 de diciembre– en 16 actos oficiales donde el tema de conversación principal fue la controversia territorial. Desde el 7 de noviembre hasta el 2 de diciembre, en su cuenta dedicó 114 tuits donde se menciona la Guayana Esequiba, el Esequibo o se hacen llamados para la «defensa del territorio».

Probox revisó los mensajes sobre el territorio Esequibo desde enero de 2020 hasta el 4 de diciembre de este año. Solo en la red social X (antes Twitter) se escribieron más de 6,5 millones de publicaciones sobre el asunto, pero la conversación estuvo lejos de ser orgánica.

La conversación sobre este tema –y el consiguiente posicionamiento de tendencias– aumentó a partir de octubre de 2023, pero no fue el periodo donde se registró la mayor cantidad de tuits sobre el asunto. Y es que en enero de 2021, durante el encierro por la pandemia de covid-19, Venezuela denunció supuestas «amenazas contra la soberanía» por parte de Guyana, que el 11 de enero de ese año inició una serie de ejercicios militares conjuntos con Estados Unidos en la zona del Esequibo.

Tanto Guyana como la administración Maduro hicieron llamados a la resolución pacífica y el diálogo, según constató Probox, «pero la gran cantidad de tuits (3.120.053 aproximadamente) es porque en ese entonces las etiquetas del Ministerio de Comunicación acumulaban casi un millón de mensajes». Entre el 5 de octubre y el 4 de diciembre de 2023 se posicionaron 53 tendencias sobre el Esequibo. Solo en noviembre, mes del

simulacro electoral, se registraron 39 de ellas, mientras que en los primeros cuatro días de diciembre se registraron seis.

Probox

La campaña no estuvo centrada solamente en Twitter (ahora X) a través de mensajes posicionados por ministerios o actores oficialistas a través de las «tropas tuiteras». Anuncios pagados en Youtube a través de distintas cuentas, publicaciones en Facebook, Instagram, mensajes masivos de texto, material POP en calles y el Metro de Caracas, además de la campaña en medios televisivos, impulsaron la conversación.

EsPaja detalló que Producciones Acirema, un portal inactivo desde 2018, a partir del 24 de noviembre de este año empezó a publicar en Meta, la dueña de Instagram y Facebook, propaganda paga replicada de otros canales sobre el Esequibo. «Cuentas que, como hemos reseñado en nuestros Radares Electorales, impulsan la desinformación y propaganda relacionada con el referendo sobre el Esequibo», señaló el medio.

El monto destinado por la administración Maduro para esta intensa campaña, que se desarrolló en poco más de dos meses, es desconocido. Solo hay aproximaciones de gasto hechas por el político Eduardo Battistini (Primero Justicia), quien calculó que se dispusieron $1.350.000 para los 24 conciertos del cierre de campaña, exceptuando el Esequibo Fest.

Ese monto, explicó Battistini en un video, no incluye el pago de los artistas y personalidades que se presentaron. El periodista Melanio Escobar, cuya imagen fue usada en una publicación a favor del referendo sin su consentimiento, aseguró que todos los artistas sí cobraron su tarifa completa.

¿Quién posiciona la conversación?

El Ministerio de Comunicación e Información fue el principal actor en la conversación alrededor de la disputa territorial. El despacho encabezado por Freddy Ñáñez posicionó 60 de las 79 etiquetas registradas sobre el Esequibo desde enero de 2020. También se le acreditan 98,35% de los mensajes al respecto en etiquetas como #LaGuayanaEsequibaEsNuestra, #EsteEsMiPaís y #RumbeaPorElEsequibo.

El 17 de febrero de este año el Ministerio de Comunicación promovió la etiqueta #ElEsequiboEsDeVenezuela, que acumuló poco

más de 1.650.000 publicaciones, el cual pudo haber sido el caso de todas las etiquetas posicionadas por este ente si no hubiese sido por la drástica disminución de tweets que ha impulsado este año. Esta es la tendencia con la mayor cantidad de mensajes y ha sido promovida al menos en cuatro oportunidades desde 2020 para hablar sobre el tema, según el registro de ProBox.



Pero no solo el Ministerio habla del Esequibo. Otros de los principales actores en la conversación han sido el Ejército, la Cancillería y actores oficialistas como Diosdado Cabello (a través de su programa «Con el mazo dando»), Nicolás Maduro y Delcy Rodríguez.

Llama la atención que durante 2023 el tema principal de las tendencias ha estado involucrado a las cuentas de la Fuerza Armada Nacional y la Guardia Nacional –con 97 tendencias hasta el 30 de noviembre–, pero apenas han emitido 3,1 millones de tuits, la mitad de los escritos por el Esequibo.

¿Todo lo que se habló del Esequibo es información confiable? La realidad dista de eso. Desde el 1° de noviembre hasta el 3 de diciembre, el medio EsPaja publicó 15 notas de verificación de información y *fact checking* referentes al tema. La campaña de desinformación involucró principalmente a María Corina Machado, cuestiones específicas sobre multas por no participar del referendo, uso engañoso de nombres de artistas, bandas musicales y periodistas, al igual que supuestas invasiones por parte de Guyana y Estados Unidos.

Instagram y TikTok en la jugada

El Observatorio Digital Probox, por medio de la herramienta *BrandMentions*, realizó una búsqueda amplia sobre el Esequibo para revisar la conversación en redes sociales como Instagram, Facebook y Tiktok, además de X.

Probox encontró 28.799 menciones entre el 04 de noviembre y el 04 de diciembre de 2023 de frases o etiquetas con referencias al «referéndum sobre el Esequibo», «en defensa del Esequibo», «Esequibo de Venezuela», «5 veces sí por el Esequibo», y «consulta popular sobre Guyana Esequiba».

La mayor cantidad de frases o uso de etiquetas se contabilizaron en dos días claves: el simulacro electoral del 19 de noviembre y la consulta del 3 de diciembre.



Probox

En Instagram se encontraron 89,81% de los registros, seguida por X con 8,84% de las menciones y Facebook con el 1,35%. Las principales publicaciones en Instagram corresponden a la cuenta de «Con el mazo dando», un cantante de tendencia oficialista (Emilio Vizcaíno) y la cuenta Noticias 24 horas (Al día).

Las palabras más utilizadas para la búsqueda en estas redes incluye menciones de actores oficialistas (Nicolás Maduro, Diosdado Cabello y Delcy Rodríguez) y alusiones a la «defensa del territorio nacional». Destacaron «defensa Esequibo» con 3.441 menciones, «defensa territorio» con 1.584 menciones y «defensa Guayana» con 962 menciones. Además, 40,99% de las casi 29 mil menciones estudiadas utilizaron la etiqueta #ElEsequiboEsNuestro.

Mientras que en TikTok, cuyo uso ha tratado de impulsar el propio Maduro, se posicionaron dos vídeos bajo la palabra Esequibo: uno desde la cuenta @unajevadevenezuela y el otro de un usuario bajo el nombre @johanderjhosue.

Ambos vídeos acumulan más de 4,3 millones de vistas, 125.600 «me gusta» y 5.679 comentarios. Se han compartido alrededor de 19.739 veces y guardado al menos 17.540 veces.

Otro de los videos virales en TikTok fue una sátira respecto a la cantidad de votos anunciados por el CNE y los centros de votación vacíos. Pertenece a la cuenta @carissazuairath y acumulaba 700 mil reproducciones, al menos 21.800 me gusta y 3.486 comentarios. Además, fue compartido 8.360 veces y guardado al menos 1.403 veces.

El observatorio Probox también revisó en esta red social la etiqueta #VenezuelaDiceSí, promovida por el Ministerio de Comunicación. Hay tres videos, que pertenecen al canal estatal Tves, al diputado oficialista José Uzcátegui y la cuenta «ChavistaTikTok», que sumaron más de 174 mil visualizaciones, 5.223 me gusta y 470 comentarios.

Para la organización, esto demuestra «parte de la coordinación multiplataforma para impulsar propaganda en cuentas vinculadas al Estado venezolano y al oficialismo, ya que esta etiqueta fue promovida por el MIPPCI en X (Twitter) como su tendencia del día y el contenido se propagó a otras redes sociales».

Redes anónimas, tendencia en Cuba y ataques contra Maria Corina Machado alrededor del Esequibo

Un actor destacó en toda la conversación de una manera particular. El Observatorio Digital Probox, dedicado al análisis comunicacional latinoamericano, registró que en Cuba –aliado ideológico y político de la administración Maduro– se posicionó como tendencia en la red social X (antes Twitter) una etiqueta específica #CarcelParaLaTraidora, donde se exigía prisión para la candidata presidencial de la Plataforma Unitaria, María Corina Machado.

Probox identificó alrededor de 3.217 publicaciones el 25 de noviembre bajo esa etiqueta. «Esta etiqueta no fue tendencia en Venezuela, solo en Cuba, país en el que hemos registrado actividades vinculadas a la conversación digital venezolana en que desde al menos 2020, impulsando distintas narrativas oficialistas en el 2021, 2022 y durante el primer semestre de este año».

En la etiqueta sí se registraron tuiteros venezolanos, entre ellos el diputado Fiodar Acosta (PSUV – Anzoátegui), integrante de la Comisión de Economía y Finanzas; el coordinador de la Fundación ForoCandanga del estado Miranda, Elías Cabeza, que aprovechó para pedir prisión para otros opositores; o el periodista Javier Moreno, jefe del canal RNV Los Llanos, quien contribuyó a la etiqueta con un mensaje enfocado en "defender" el Esequibo.

Un ejemplo de ese impulso de narrativas de la alianza Cuba-Venezuela se dio el primer semestre de 2023, cuando se registraron 16 tendencias provenientes desde la isla y que se posicionaron en la conversación digital venezolana. Tras la instalación de fibra óptica (2013) en toda Cuba para masificar el uso de internet, se ha registrado una política de control de la narrativa sobre el país que abarca las redes sociales. Un ejemplo de ello fueron los apagones eléctricos para impedir la difusión y viralización de contenido sobre las protestas antigubernamentales de 2021.

Pero los actores gubernamentales cubanos ya habían sido sancionados en 2019 por el uso de cuentas en Twitter para censurar o controlar las informaciones sobre la vida en la isla.

El portal 14ymedio, liderado por la disidente Yoani Sánchez, recordó entonces las restricciones a la prensa independiente cubana. «Desde la aprobación de la nueva ley de informatización, el pasado julio, se penaliza por 'difundir, a través de las redes públicas de transmisión de datos, información contraria al interés social, la moral, las buenas costumbres y la integridad de las personas', lo que, de facto, ilegaliza los medios digitales que, con la anterior normativa analógica lograban sortear algunas de las restricciones».

Sobre la etiqueta #CarcelParaLaTraidora hay más detalles. Probox descargó una muestra de mil tuits e identificó que el promedio de mensajes inorgánicos, es decir, mensajes desde cuentas bots o coordinados de forma no auténtica, fue del 10,2%.

A pesar del resultado, para Probox esta etiqueta formó parte de una campaña organizada pues replicaba la misma declaración de la dirigente de Vente Venezuela que se intentó posicionar con #MCMEntregaElEsequibo.

Las mentadas declaraciones de María Corina Machado se refieren a su posición de suspender el referendo del 3 de diciembre por considerarlo un «error», y que fue utilizada por un alto funcionario guyanés que replicó una cita tergiversada de la política venezolana, según constató el portal EsPaja.

Este medio también confirmó que la narrativa de supuesto «entreguismo» por parte de la dirigente fue esgrimida por actores oficialistas, tanto en redes sociales y televisión, como Diosdado Cabello, vicepresidente del partido oficialista PSUV, y el exministro Alejandro Fleming.

Esta última etiqueta, #MCMEntregaElEsequibo y cuyo primer mensaje se registró el 24 de noviembre, fue promovida por una cuenta de las llamadas «redes anónimas», que han sido reseñados por Probox como un grupo de usuarios «sin identidad verificable, coordinados entre sí para posicionar ciertas tendencias». Sus mensajes han sido ubicados al menos desde 2019 en la conversación política digital.

Los mensajes de las «redes anónimas» acusaron a la candidata Machado de «traidora» por oponerse al referendo. En su última declaración sobre el tema, el pasado 7 de diciembre ante una subcomisión del Parlamento Europeo, la dirigente insistió en una posición de defensa del Esequibo dentro de la Corte Internacional de Justicia, cuestión que la administración Maduro rechaza bajo el alegato de que contraviene el acuerdo de Ginebra de 1966, único instrumento que dan como válido para la

resolución de la disputa territorial.

Asimismo, Probox realizó un cruce de lista de usuarios entre las dos etiquetas mencionadas (#CarcelParaLaTraidora y #MCMEntregaElEsequibo) en contra de María Corona Machado, junto con una tercera etiqueta posicionada el 7 de diciembre (#QueCaiganLosTraidores) que reunió cerca de 1.059 tuits, encontrando 34 usuarios que participaron en las tres etiquetas, lo cual representa cerca del 10% de los usuarios que participaron en cada una de estas conversaciones.

Durante la descarga de información en la red social TikTok se encontraron videos con la etiqueta #QueCaiganLosTraidores donde se simulan imágenes de varios líderes de oposición como María Corina Machado o Juan Guaidó tras rejas ficticias. Estos videos, subidos por diferentes cuentas, contaron con una cantidad de 1.000 a 2.200 reproducciones. Otras etiquetas vistas en la red social X no contaron con videos encontrados en TikTok como #MCMEntregaElEsequibo o #CarcelParaLaTraidora. Sin embargo, la primera etiqueta si tiene varias publicaciones en la red.

Se realizó este mismo cruce con la etiqueta impulsada por el Minci (#VenezuelaDiceSí), y logramos conseguir a su vez que 38 usuarios coincidían con algunas de estas etiquetas de Redes Anónimas. Este mismo ejercicio con la etiqueta #CincoVecesSíYJuacata del programa de Diosdado Cabello, «Con el mazo dando», dio como resultado 45 cuentas coincidentes que también participaron en esta conversación impulsada por el oficialismo radical.

Para Probox no se debe subestimar la participación de las redes anónimas al margen de esta conversación, pues si bien no representó una gran cantidad de tuits, «se vinculó con actores claves del ecosistema digital oficialista venezolano como el Ministerio de Comunicación, el oficialismo radical y la misma conversación cubana».

Con información de TalCual